

I.	Tecnologie, musica e pratiche di consumo	17
1.	Introduzione	17
2.	Il consumo come «meta-pratica» sociale	19
3.	Oggetti, cultura materiale e tecnologie	23
4.	Scienza, tecnologie e media nella vita quotidiana	26
5.	Il consumo delle tecnologie «in pratica»	32
6.	Pratiche musicali, tecnologie e mondi sociali	37
II.	Come si diventa appassionati di hifi	43
1.	Introduzione	43
2.	La sottocultura dell'alta fedeltà musicale	45
3.	Fascinazione per le tecnologie	51
4.	La costruzione dell'identità di «audiofilo»	55
5.	Hobby, feticismi e intrecci delle «carriere»	59
6.	Diventare esperti e costruire impianti hifi	65
III.	Spazi, relazioni e contesti dell'alta fedeltà	73
1.	Introduzione	73
2.	L'hifi nello spazio della casa	75
3.	Conflitti e negoziazioni nella sfera domestica	82
4.	Una tecnologia per soli uomini	86
5.	Mediare le tecnologie: i negozi di alta fedeltà	92
6.	L'alta fedeltà su internet e nei forum	97

IV. L'appropriazione delle nuove tecnologie: la musica digitale	p. 105
1. Introduzione	105
2. Come è nata la musica digitale	106
3. «Archeologia» delle pratiche musicali digitali	113
4. Il radicamento sociale delle competenze tecniche	118
5. Problemi e fallimenti nell'uso delle tecnologie	123
6. Materialità e valore culturale della musica digitale	128
V. Consumo, moda e politica: iPod e <i>file sharing</i>	133
1. Introduzione	133
2. La storia dell'iPod e dei lettori musicali portatili	134
3. La moda delle tecnologie: <i>status symbol</i> e distinzione	143
4. Il <i>re-framing</i> e la sovversione delle tecnologie	147
5. I network musicali: <i>file sharing</i> e sistemi <i>peer-to-peer</i>	152
6. Scambio musicale, illegalità e politica	157
Conclusione. Non solo oggetti da ascoltare	163
Riferimenti bibliografici	177